

## **BAB IV**

### **PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN**

#### **4.1. Sejarah Perusahaan**

##### **4.1.1. Sejarah Bank Muamalat Indonesia**

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 Nopember 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar.

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi Perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan.

Pada akhir tahun 90an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporakporandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen

korporasi. Bank Muamalat Indonesia pun terimbas dampak krisis. Di tahun 1998, rasio pembiayaan macet (NPF) mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat rugi sebesar Rp 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah, yaitu Rp 39,3 miliar, kurang dari sepertiga modal setor awal.

Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat Indonesia mencari pemodal yang potensial, dan ditanggapi secara positif oleh *Islamic Development Bank* (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat. Oleh karenanya, kurun waktu antara tahun 1999 dan 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat Indonesia. Dalam kurun waktu tersebut, Bank Muamalat Indonesia berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap Kru Muamalat, ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan perbankan syariah secara murni.

Melalui masa-masa sulit ini, Bank Muamalat Indonesia berhasil bangkit dari keterpurukan. Diawali dari pengangkatan kepengurusan baru dimana seluruh anggota Direksi diangkat dari dalam tubuh Bank Muamalat Indonesia, Bank Muamalat Indonesia kemudian menggelar rencana kerja lima tahun dengan penekanan pada (i) tidak mengandalkan setoran modal tambahan dari para pemegang saham, (ii) tidak melakukan PHK satu pun terhadap sumber daya insani yang ada, dan dalam hal

pemangkasan biaya, tidak memotong hak Kru Muamalat sedikitpun, (iii) pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri Kru Bank Muamalat Indonesia menjadi prioritas utama di tahun pertama kepengurusan Direksi baru, (iv) peletakan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja Muamalat menjadi agenda utama di tahun kedua, dan (v) pembangunan tonggak-tonggak usaha dengan menciptakan serta menumbuhkan peluang usaha menjadi sasaran Bank Muamalat Indonesia pada tahun ketiga dan seterusnya, yang akhirnya membawa Bank kita, dengan rahmat Allah Rabbul Izzati, ke era pertumbuhan baru memasuki tahun 2004 dan seterusnya.

Saat ini Bank Muamalat Indonesia memberikan layanan bagi lebih dari 2,5 juta nasabah melalui 275 gerai yang tersebar di 33 provinsi di Indonesia. Jaringan BMI didukung pula oleh aliansi melalui lebih dari 4000 Kantor Pos Online/SOPP di seluruh Indonesia, 32.000 ATM, serta 95.000 merchant debit. BMI saat ini juga merupakan satu-satunya bank syariah yang telah membuka cabang luar negeri, yaitu di Kuala Lumpur, Malaysia. Untuk meningkatkan aksesibilitas nasabah di Malaysia, kerjasama dijalankan dengan jaringan *Malaysia Electronic Payment System* (MEPS) sehingga layanan BMI dapat diakses di lebih dari 2000 ATM di Malaysia. Sebagai Bank Pertama Murni Syariah, bank muamalat berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya comply terhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara. Komitmen tersebut diapresiasi oleh

pemerintah, media massa, lembaga nasional dan internasional serta masyarakat luas melalui lebih dari 70 award bergengsi yang diterima oleh BMI dalam 5 tahun Terakhir. Penghargaan yang diterima antara lain sebagai *Best Islamic Bank in Indonesia 2009* oleh *Islamic Finance News* (Kuala Lumpur), sebagai *Best Islamic Financial Institution in Indonesia 2009* oleh *Global Finance (New York)* serta sebagai *The Best Islamic Finance House in Indonesia 2009* oleh *Alpha South East Asia* (Hong Kong).

#### **4.1.2. Sejarah Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang**

Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang yang terletak di Jl. Kawi Atas No.36 A Kota Malang adalah salah satu dari 51 kantor cabang yang dimiliki oleh Bank Muamalat Indonesia. Cabang tersebut berdiri pada tanggal 28 Agustus 2003 dengan pertimbangan jumlah penduduk muslim dan perputaran dana pihak ketiga di Malang, serta perluasan jaringan di area Jawa Timur yang dikontrol oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang pusat Surabaya. Mekanisme kantor Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang meliputi operasional untuk daerah Malang Raya, Pasuruan dan Probolinggo. Selain itu, Bank Muamalat Indonesia juga memiliki kantor kas yang berada di Jl. Kawi Atas daerah Kepanjen-Malang. Adapun kantor tersebut termasuk kantor cabang di daerah koordinasi regional VII bersama kantor Surabaya, Jember, Kediri, Bali dan Mataram. ([www.muamalatbank.com](http://www.muamalatbank.com))

#### 4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan

##### 3.1.3.1. Visi

Menjadi Bank Syari'ah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

##### 3.1.3.2. Misi

Menjadi role model Lembaga Keuangan Syari'ah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimumkan nilai kepada *stakeholder*. Selain itu, misi lainnya adalah:

1. Meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat Indonesia, sehingga semakin berkurang kesenjangan sosial ekonomi, dan dengan demikian akan melestarikan pembangunan nasional, antara lain melalui:
  - a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas kegiatan usaha
  - b. Meningkatkan kesempatan kerja
  - c. Meningkatkan penghasilan masyarakat banyak
2. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan terutama dalam bidang ekonomi keuangan, yang selama ini masih cukup banyak masyarakat yang enggan berhubungan dengan bank karena masih menganggap bahwa bunga bank itu riba.
3. Mengembangkan lembaga bank dan system Perbankan yang sehat berdasarkan efisiensi dan keadilan, mampu meningkatkan partisipasi masyarakat sehingga menggalakkan usaha-usaha

ekonomi rakyat antara lain memperluas jaringan lembaga Perbankan ke daerah-daerah terpencil.

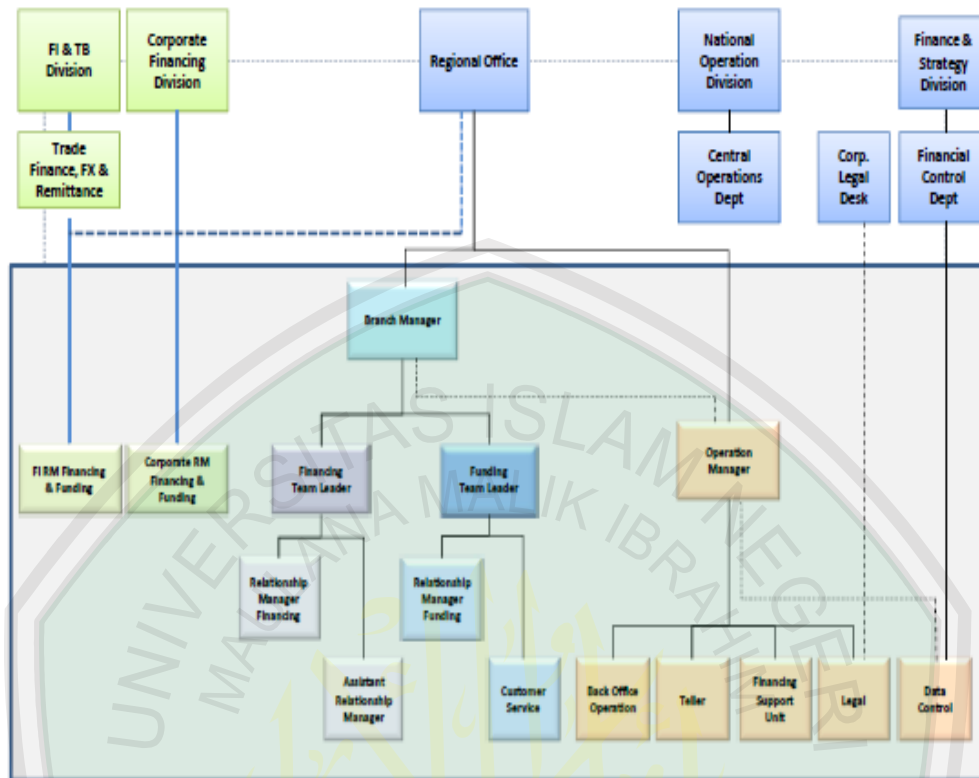
4. Mendidik dan membimbing masyarakat untuk berpikir secara ekonomi, berperilaku bisnis dan meningkatkan kualitas hidup mereka.



### **3.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan**

#### **4.1.4.1. Struktur Organisasi Bank Muamalat Cabang Malang**

**Gambar 4.1 Struktur Bank Muamalat**



Sumber : Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang

#### 4.1.5. Produk- produk Bank Muamalat

##### . 1. Produk Penghimpunan Dana (*Funding Products*)

###### a. Shar-‘e

Shar-‘e adalah tabungan instan investasi syari’ah yang memadukan kemudahan akses ATM, Debit dan *Phone Banking* dalam satu kartu dan dapat dibeli di kantor pos seluruh Indonesia. Hanya dengan Rp 125.000, langsung dapat diperoleh satu kartu Shar-‘e dengan saldo awal tabungan Rp 100.000, sebagai sarana menabung berinvestasi di Bank Muamalat. Shar-‘e dapat dibeli melalui kantor pos. diinvestasikan hanya untuk usaha halal dengan bagi hasil kompetitif. Tarik tunai bebas biaya di lebih dari 8.888 jaringan ATM

BCA/PRIMA dan fasilitas SalaMuamalat. (phone banking 24 jam untuk layanan otomatis cek saldo, informasi *history* transaksi, transfer antara rekening sampai dengan 50 juta dan berbagai pembayaran).

b. Tabungan Ummat

Merupakan investasi tabungan dengan aqad *Mudharabah* di Counter Bank Muamalat di seluruh Indonesia maupun di Gerai Muamalat yang penarikannya dapat dilakukan di seluruh Counter Bank Muamalat, ATM Muamalat, jaringan ATM BCA/PRIMA dan jaringan ATM Bersama. Tabungan Ummat dengan Kartu Muamalat juga berfungsi sebagai akses debit di seluruh *Merchant* Debit BCA/PRIMA di seluruh Indonesia. Nasabah memperoleh bagi hasil yang berasal dari pendapatan Bank atas dana tersebut.

a. ATM

Layanan ATM 24 jam yang memudahkan nasabah melakukan penarikan dana tunai, pemindahbukuan antara rekening, pemeriksaan saldo, pembayaran Zakat, Infaq, Sedekah (hanya pada ATM Muamalat), dan tagihan telepon. Untuk penarikan tunai, kartu Muamalat dapat diakses di 8.888 ATM di seluruh Indonesia, terdiri atas mesin ATM Muamalat, ATM BCA/PRIMA dan ATM Bersama, yang bebas biaya penarikan tunai. Kartu Muamalat juga dapat dipakai untuk bertransaksi di 18.000 lebih *Merchant* Debit BCA/PRIMA. Untuk ATM Bersama dan BCA/PRIMA, saat ini sudah dapat dilakukan transfer antara Bank.



b. *SalaMuamalat*

Merupakan layanan *Phone Banking* 24 jam dan *call center* yang memberikan kemudahan bagi nasabah, setiap saat dan di manapun nasabah berada untuk memperoleh informasi mengenai produk, saldo dan informasi transaksi, transfer antara rekening, serta mengubah PIN.

c. Pembayaran Zakat, Infaq dan Sedekah (ZIS)

Jasa yang memudahkan nasabah dalam membayar ZIS, baik ke lembaga pengelola ZIS Bank Muamalat maupun ke lembaga-lembaga ZIS lainnya yang bekerjasama dengan Bank Muamalat, melalui *Phone Banking* dan ATM Muamalat di seluruh cabang Bank Muamalat.

d. Jasa-jasa lain

Bank Muamalat juga menyediakan jasa-jasa Perbankan lainnya kepada masyarakat luas, seperti *transfer*, *collection*, *standing instruction*, *Bank draft*, referensi Bank.

2. Produk Penanaman Dana (*Investment Product*)

a. Konsep Jual Beli

1) *Murabahah*

Adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Harga jual tidak boleh berubah selama masa perjanjian.

2) *Salam*

Adalah pembelian barang yang diserahkan di kemudian hari dimana pembayaran dilakukan di muka/tunai.

3) *Istishna*

Adalah jual beli barang dimana *Shani'* (produsen) ditugaskan untuk membuat suatu barang (pesanan) dari *Mustashni'* (pemesan). *Istishna'* sama dengan *Salam* yaitu dari segi obyek pesanannya yang harus dibuat atau dipesan terlebih dahulu dengan ciri-ciri khusus. Perbedaannya hanya pada sistem pembayarannya yaitu *Istishna'* pembayaran dapat dilakukan di awal, di tengah atau di akhir pesanan.

b. Konsep Bagi Hasil

1). *Musyarakah*

Adalah kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung sesuai kesepakatan.

2). *Mudharabah*

Adalah kerjasama antara bank dengan *Mudharib* (nasabah) yang mempunyai keahlian atau keterampilan untuk mengelola usaha. Dalam hal ini pemilik modal (*Shahibul Maal*) menyerahkan modalnya kepada pekerja/pedagang (*Mudharib*) untuk dikelola.

### 3. Produk Jasa (*Service Products*)

#### a. *Kafalah*

Merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (*kafil*) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dalam pengertian lain, *kafalah* juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.

## 4.2 Pemaparan Data dan Pembahasan Data Hasil Penelitian

### 4.2.1. Pemaparan Data Hasil Penelitian

#### 1.2.1.1. People

Manusia (*people*), dalam hal ini adalah karyawan sebagai pelaksana *Customer Relationship Management* (CRM). Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan bapak Sabar Arifin selaku RM Funding Bank Muamalat Indonesia cabang Malang mengungkapkan bahwa:

*“pengembangan SDMnya, jadi setiap ada perekrutan baru kita berikan training minimal satu minggu untuk awal masa proses pengembangan SDM dimulai dari ritmen yang sudah dilakukan itu nanti ada sistemnya. Pelakuan training footcard yang diisi oleh beberapa staf / pimpinan / senior kami. Kemudian nanti beberapa periodik setiap bulan itu ada training dari pusat mereka kita ikutkan basic syari'ah dan knowladge product yang diberikan pemateri oleh kantor pusat.untuk karyawan baru maupun lama”. wwcr. 06/12/2013. Arifin.*

Jadi, titik tekan dari paparan data diatas menjelaskan bahwa manusia atau karyawan sebagai pelaksana CRM. Perusahaan atau Bank Muamalat Indonesia cabang Malang memberikan training kepada seluruh karyawannya sebagai pengembangan SDMnya. Terutama pada karyawan baru. Sebagai bentuk pelaksanaan program CRM di Bank Muamalat Indonesia cabang Malang.

Didalam dimensi manusia, faktor kunci yang harus diperhatikan adalah seperti antusiasme, kemampuan dan keramahan. Seperti yang telah disampaikan oleh bapak Sabar Arifin mengenai peran antusiasme pegawai Bank Muamalat Indonesia cabang Malang bahwa:

*“iya, kami selalu menghubungi mereka baik melalui telepon, SMS dan email. Kami mengingatkan ketika tanggal pembayaran kepada para kreditur. Kemudian kami berikan promo baru.terkait produk kita Bank Muamalat kepada pelanggan yang bernilai tinggi. Bahkan hanya sekedar say hello melalui telepon/ SMS saja kita sampaikan.” wwcr. 06/12/2013. Arifin.*

Pernyataan tersebut merupakan salah satu bentuk dari perlakuan antusiasme karyawan terhadap pelanggan. Sehingga pelanggan merasa diistimewakan, diperhatikan. Karyawan yang selalu antusias dalam menghubungi pelanggan melalui beberapa media dengan memberikan beberapa informasi seperti, mengingatkan para kreditur dalam pada

tanggal pembayarannya dan kemudian memberikan informasi tentang produk baru pada para pelanggan yang termasuk dalam kategori bernilai tinggi. Hal ini merupakan salah satu cara Bank Muamalat Indonesia cabang Malang dalam menggali potensi pelanggannya.

Yang kedua didalam dimensi manusia sebagai pelaksana CRM yaitu kemampuan. Kemampuan yang harus dimiliki oleh karyawan Bank Muamalat Indonesia cabang Malang. Seperti yang telah disampaikan oleh bapak Sabar Arifin bahwa:

*“Ada testnya jadi, sekarang wawancara atau testnya dari pusat kita akses login lewat internet protocall. Di internet itu ada soalnya yang disebut devolopin kirim jawabannya kepusat kita langsung tau skornya itu untuk mengetahui bagaimana kemampuan knowledge informasi yang dimiliki dari staf / pegawai. kemudian juga kemampuan yang sifatnya kualitas mental ya kita selalu senantiasa breaving pagi, doa pagi, doa sore kemudian ada juga pengajian rutin bulanan yang diberikan oleh kantor kalau hari kamis besok ini ada. Kita hampir semua karyawan. Karena materi kita ada Basic Syari’ah Intermedied, Basic Finance”. wwcr. 06/12/2013. Arifin.*

Kemudian dengan wawancara selanjutnya bapak Sabar juga menyampaikan bahwa:

*“Kita harus sering berkomunikasi bahkan mungkin tidak hanya memberikan produk yang baik ya, tetapi juga memberikan produk yang sesuai. Kemudian kita juga harus mempertemukan manajemen dengan nasabah. Misalnya kita undang juga makan malam / siang beberapa nasabah dengan manajemen keinginan. Sehingga mereka sampaikan beberapa keluhan atau mungkin beberapa masalah atau jadi keluhannya kita tampung usulannyajuga kita kembangkan kita berikan solusi / masukan jadi, tidak hanya kami yang jelajah dilapangan tapi juga manajemen langsung bisa ketemu beberapa nasabah yang fine kemudian membutuhkan manajemen inti level-level manajemen middle dan atasan bahkan mereka datang kerumahnya.”wwcr. 06/12/2013. Arifin.*

Dari paparan data tersebut menjelaskan bahwa faktor kunci yang kedua yaitu ada kemampuan didalam dimensi manusia. Kemampuan karyawan

dalam berkomunikasi, kemampuan karyawan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan, kemampuan dalam menggali data pelanggan dan kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan mengenai informasi produk Bank Muamalat Indonesia cabang Malang. Hal ini merupakan bentuk dari kemampuan yang harus dimiliki oleh karyawan atau pegawai.

Yang ketiga didalam dimensi manusia sebagai pelaksana CRM yaitu faktor keramahan. Keramahan yang harus dimiliki oleh karyawan Bank Muamalat Indonesia cabang Malang. Seperti yang telah disampaikan oleh bapak Sabar Arifin bahwa:

*“ya kami berusaha memberikan layanan yang terbaik. Tidak hanya melayani dan memberikan produk-produk yang bagus saja. Tapi karyawan kami harus mempunyai performance yang baik pada saat melayani dan mengarahkan yang baik dan senyum”.*wwcr. 06/12/2013. Arifin.

Dari paparan data tersebut menjelaskan bahwa sifat keramahan yang ada di Bank Muamalat Indonesia cabang Malang itu ditunjukkan oleh karyawan atau pegawai bank melalui pada saat melayani pelanggan ketika pelanggan datang ke kantor. Dengan performance yang baik, senyum, dan membantu pelanggan dalam bertransaksi.

#### **4.1.1.2. Teknologi**

Diperkenankan untuk lebih membantu mempercepat dan mengoptimalkan faktor manusia dan proses bisnis dalam aktivitas pengelolaan kerelasiaan dengan pelanggan sehari-hari. Teknologi untuk metodologi, strategi, perangkat lunak (*software*) dan atau aplikasi yang mampu membantu sebuah perusahaan untuk mengelola hubungannya

dengan pelanggan. Seperti yang telah di ungkapkan bapak Sabar Arifin ketika diwawancarai bahwa:

*“menurut saya teknologi ini sangat berperan dalam menjalin relasi dengan pelanggan. Karena pelanggan lebih dimudahkan dalam bertransaksi.”*

Teknologi membantu mempercepat pendekatan dengan pelanggan.

Faktor teknologi memudahkan pelanggan dalam bertransaksi. Dan teknologi membantu mengoptimalkan peran manusia.

*“Kami ada layanan-layanan berupa case management sistem misalnya, aplikasi monitoring keuangan yang sangat mudah dan bisa dilakukan di perusahaan masing-masing tanpa harus datang ke bank untuk mengecek saldo itu. Bahkan untuk bertransaksi juga ada internet corporate, atau net banking betul. Kemudian untuk korporasi ada mediana tapi kita juga berikan layanan-layanan case pick up atau bahkan memberikan payment point artinya kantor kita berikan playvillage atau layanan utama prioritas untuk kita datang kesana dan apa ya cukup mereka duduk dikantor kita yang melayani dan datang kesana. Bahkan, petugasnya kita sediakan disana untuk meningkatkan kepuasan dan layanan organisasi mereka.”wwcr. 06/12/2013. Arifin.*

Jadi layanan untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi sebagai pemenuhan kebutuhan pelanggan telah disediakan oleh Bank Muamalat Indonesia cabang Malang untuk mempermudah dan mempercepat pelanggan. Seperti aplikasi atau layanan internet banking, jadi seorang nasabah tidak perlu harus ke kantor Bank Muamalat Indonesia cabang Malang mereka bisa mengecek saldonya. Bahkan bisa bertransaksi sekalipun. Namun, masih ada nasabah yang kurang memahami mengenai teknologi. Berikut ini wawancara dengan nasabah Noupawan Andrianto mengatakan bahwa:

*“saya belum pernah menggunakan ya mbak kalau di internet itu saya masih ke Bank Muamalat saja.”wwcr. 12/12/2013. Andrianto*



Jadi, internet banking disini belum sepenuhnya digunakan oleh para nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Malang. Mengingat ada beberapa nasabah yang kurang memahami layanan internet.

Kemudian untuk korporasi atau jenis usaha dalam skala besar Bank Muamalat Indonesia cabang Malang menyediakan layanan *case pick up* (layanan antar jemput). Dalam hal ini perusahaan diberikan layanan prioritas utama. Hal ini sebagai rasa penghormatan kepada perusahaan karena sudah memberikan kepercayaan.

*“ow layanan antar jemput itu ya mbak? yang pake mobil besar itu? kita kan jadi mudah, dekat ndak perlu ke Bank Muamalat ini bentuk layanan bank gitu mbak.”* wwcr. 25/01/2014. Andrianto

Jadi, adanya kemudahan layanan antar jemput ini telah dirasakan oleh para nasabah di berbagai instansi besar atau korporasi seperti layanan antar jemput di kampus UIN Malang.

Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Hamidin (2008: 32) dalam Kanaidi (2011: 26) yang mengatakan bahwa, CRM adalah usaha sebuah perusahaan untuk berkonsentrasi menjaga pelanggan (supaya tidak lari ke pesaing) dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi pelanggan baik itu lewat telepon, email, masukan di situs atau hasil pembicaraan dengan staf sales dan marketing. Hal ini sesuai dengan yang di ungkapkan bapak Sabar Arifin selaku RM *Funding* Bank Muamalat Indonesia cabang Malang bahwa:

*“iya, kami menghubungi mereka ya baik melalui telepon, SMS dan email. Jadi ada sistem komputerisasi ya. Yang sudah diatur seperti*



*itu. kami mengingatkan ketika tanggal pembayaran. ”wwcr. 06/12/2013. Arifin.*

Kemudian didalam mengelola hubungan baik dengan pelanggan Bank Muamalat Indonesia cabang Malang menghubungi nasabahnya baik melalui telepon, SMS maupun email. Pihak manajer kreditur menghubungi nasabah dengan mengingatkan ketika masa tanggal pembayaran.

Dalam hal ini peneliti juga mewawancarai salah satu dari nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Malang. Hal ini sesuai dengan wawancara dengan bapak Neupawan Andrianto yang bekerja di HRD Persada Hospital Malang yang merupakan nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Malang mengungkapkan bahwa:

*“ya saya kan kredit di Bank Muamlat Indonesia cabang Malang mbk. Jadi setiap tanggal pembayaran saya dihubungi melalui SMS. Kayaknya SMS nya itu operator mbak.”wwcr. 22/01/2014. Andrianto.*

Nasabah tersebut merupakan nasabah kreditur. Bank Muamalat Indonesia cabang Malang dalam hal ini selalu mengingatkan para nasabahnya. Devisi *Customer Service* (CS) telah menghubungi para nasabah kreditur tersebut. Baik melalui SMS, telepon dan email.

Dalam akhir bulan ketika peneliti melakukan sebuah wawancara Bank Muamalat Indonesia cabang Malang telah menghubungi nasabahnya atau pelanggannya melalui telepon atau SMS yang disebut dengan SMS Goal Card. Hal ini merupakan layanan informasi mengenai promo Bank Muamalat Indonesia cabang Malang. Jadi ada program Muamalat bagi rezeki kemudian diundi. Dengan menggunakan sistem point dari nilai saldo yang dimiliki. Jadi, jika saldo bertambah maka nilai point akan bertambah.

Untuk mengetahui atau cek point tersebut melalui informasi Goal Card. Kemudian juga ada layanan lain seperti e-Channel. E-channel ini layanan kemudahan untuk bertransaksi dengan membeli pulsa melalui internet banking.

*“iya, tentu, bisa jadi beberapa media ya seperti telepon. Bulan-bulan akhir ini kita akan telepon beberapa nasabah besar untuk mencapai dana yang baru. Kita gunakan informasi Goal Card supaya pusat memberikan layanan informasi promo ya melalui media sms goal card. Kemudian dengan media masa kita ada program muamalat bagi rezeki kemaren diundi periode. Dengan menggunakan sistem point dari nilai saldo yang dimiliki. Jadi, misalnya setiap saldonya diatas 3 juta misalnya mendapatkan 1 point. Ketika saldonya bertambah pointnya semakin bertambah sampai bulan berikutnya diakulasi pada saat pengundian akulasi point itu setiap point akan memiliki number khusus. Cek pointnya bisa ditanyakan langsung ke korcenternya. Yaitu biasanya hanya notifikasi teruskan saldo anda, ikuti promo, dan sebagainya. Ada informasinya baik diberbagai media sms termasuk layanan ini e-channel. E-channel itu transaksi internet banking. E-channel ini membeli pulsa lewat ATM, internet banking termasuk bahkan menambah peluang mendapatkan reward tadi. Jadi semakin banyak transaksinya. Setiap transaksi ada point.” Wwcr. 06/12/2013. Arifin.*

Selain itu Bank Muamalat Indonesia cabang Malang telah mengkatagorikan segmen ritel sebagai segmentasi terbaik. Dalam hal ini Bank Muamalat Indonesia cabang Malang memberikan layanan-layanan berbasis kartu. Jadi kemudahan untuk mengakses dimana pun berada dengan disebut kartu ATM “Shar’e Gold” kartu ini dapat digunakan untuk akses diseluruh dunia. Meskipun dalam bentuk mata uang asing. Kartu Shar’e Gold ini terbagi menjadi dua. Yang pertama Shar’e Gold dalam bentuk tabungan prima. Tabungan prima ini bisa dimiliki oleh perorangan maupun korporasi atau usaha dalam skala yang besar. Yang kedua kartu Shar’e Gold dengan bentuk tabungan muamalat reguler, tabungan muamalat

reguler ini hanya bisa dimiliki oleh perorangan saja. Hal ini akan semakin memperkuat ikatan emosional nasabah pada Bank Muamalat Indonesia cabang Malang. Karena dengan beberapa kemudahan- kemudahan Bank Muamalat Indonesia cabang Malang ini akan lebih memberikan kesan baik untuk pelanggan atau nasabah.

Teknologi merupakan peran terpenting juga dalam program CRM karena hal ini teknologi sangat membantu dalam program *Customer Relationship Management* (CRM) ini. Dari hasil wawancara dengan nasabah pak Noupawan mengatakan bahwa:

*“dengan adanya shar’e gold saya ketika waktu haji saya bisa mengambil uang saya”*

Layanan Shar’e Gold ini sudah mulai dikenal oleh para nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Malang. Salah satu teknologi canggih yang bisa membantu mengoptimalkan faktor manusia untuk kelancaran proses bisnis dalam beraktivitas sehari-hari. Kemudian ada tabungan Reguler Muamalat jadi tabungan ini hanya bisa dimiliki oleh perorangan.

Jadi CRM ini faktor terpenting teknologi juga mungkin tertentu kalangan orang-orang yang aware atau paham media sosial dan sebagainya. Tapi, yang belum bisa harus kita ajari kita bantu. kita berikan pelatihannya atau yang membantu untuk mereka bisa jadi yang paling kuat kanvasing ya, atau kekuatan bagaimana mendekati nasabah, ketemuan dalam relasi itu sangat menguatkan.

#### **1.2.1.2. Implikasi penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) pada Bank Muamalat Indonesia cabang Malang.**

Dari adanya penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) Bank Muamalat Indonesia cabang Malang dapat mempertahankan nasabah atau pelanggannya. Pelanggan akan dimudahkan tentunya dalam bertransaksi. Dengan adanya fitur-fitur, layanan prima untuk pelanggan mereka merasa semakin dimudahkan. Dengan adanya teknologi yang memadai misalnya, orang akan mudah mengecek saldo, giro, deposito dan sebagainya. Tidak perlu keluar rumah atau harus ke kantor Bank Muamalat Indonesia cabang Malang mereka sudah bisa akses. Namun tidak menutup kemungkinan ada beberapa nasabah yang merasa belum terbiasa menggunakan layanan atau fitur-fitur tersebut. Menurut beberapa nasabah mengatakan bahwa mereka kesulitan dalam mendapatkan informasi seputar Bank Muamalat cabang Malang.

*“tidak saya tidak dihubungi sama bank Muamalat. Padahal deposito saya juga banyak lho. Kalau mengenai diinternet saya kurang tahu ya dihubungi atau ndak.”* wwcr. 12/12/2013. Andrianto

Dari hasil wawancara dengan pak Andrianto ini menunjukkan bahwa CRM yang ada di BMI cabang Malang kurang efektif. Hal ini terbukti bahwa masih ada yang nasabah yang belum dihubungi oleh Bank Muamalat Indonesia cabang Malang. Hal ini terbukti bahwa para nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Malang masih banyak yang kurang mengerti mengenai teknologi.

Selain itu ada beberapa pelanggan atau nasabah yang merasa diperhatikan oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang. Mereka merasa diberi perhatian, diingatkan lebih dan kemudian merasa

dimudahkan. Dengan adanya fitur-fitur seperti *net banking*, *call banking* dan sebagainya. Mereka merasa diingatkan baik dalam jatuh tempo waktu pembayaran kredit dan sebagainya. Salah satunya nasabah yang cukup merasa puas tersebut mengungkapkan sebagai berikut bahwa:

*“saya dihubungi melalui SMS saya kan kredit di Bank Muamalat ini. Jadi setiap waktunya tanggal pembayaran saya diingatkan. Bagus itu layanannya.”* wwcr. 12/12/2013. Andrianto

Bank Muamalat Indonesia cabang Malang telah menghubungi nasabahnya melalui SMS dengan mengingatkan nasabah kreditur. Maka akan membuat nasabah semakin merasa diperhatikan. Walaupun hal yang biasa tetapi menurut nasabah tersebut mempunyai nilai tersendiri.

Adanya program CRM ini dirasakan betul oleh pelanggan atau nasabah karena dengan adanya program tersebut mereka merasa dimudahkan. Ada beberapa strategi yang telah dilakukan oleh seorang staf perusahaan yaitu selain menciptakan fitur-fitur atau teknologi canggih untuk memudahkan pelanggan atau nasabah maka mereka melakukan suatu pendekatan-pendekatan khusus. Namun tidak menutup kemungkinan salah satu yang mendukung agar program CRM berjalan dengan baik yaitu teknologi. Selain itu bukti fisik seperti adanya pendekatan khusus, dukungan-dukungan dari perusahaan. Kemudian yang ketiga, *people* (orang), jadi harus ada orang atau karyawan yang menjalankan atau para ahli teknologi yang menangani langsung. Atau dengan pendekatan emosional yang paling utama.

Kemudian terkait dengan adanya *database*, terdapat beberapa manfaat yang dapat digali. *Database* akan jauh memudahkan oleh seorang staf atau perusahaan dalam memiliki hubungan. Dengan adanya *database* tersebut membantu perusahaan dalam membuat sebagian besar kontak mereka saat ini. Pertama, mereka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kedua, mereka dapat berbagi informasi. Ketiga, mereka dapat menawarkan produk mereka yang lain. Dan keempat, mereka dapat mengidentifikasi pelanggan yang paling menguntungkan dan pelanggan yang tidak menguntungkan.

*“tentunya dengan CRM ini, inilah satu strategi bagaimana kita memperluas komunikasi. ya yang tadinya tidak ada penanganan khusus ya, mengenai service layanan terhadap customer face to face bantuan ya. Jadi akhirnya kita betul-betul seperti menyentuh langsung, biasanya kita menunggu lebih pasif tapi kita lebih aktif kita melayani dan mendatangi nasabah artinya kemudahan-kemudahan yang ada di nasabah itu dirasakan betul sehingga akan memberi dampak kecepatan pertumbuhan nasabah.*

Implikasi atau dampak dari penerapan (*Customer Relationship Management*) CRM di bank Muamalat Cabang Malang semakin memperluas jaringan komunikasi dengan pelanggan. Pelanggan merasa tersentuh emosionalnya dengan adanya beberapa layanan-layanan kemudahan tersebut. Yang biasanya pelanggan yang aktif kini *marketing* harus aktif dalam melayani memberikan informasi mengenai kebutuhan nasabah atau pelanggan. Dalam memberikan informasi mengenai produk yang terbaru dan produk yang bagus. Kemudian dalam menangani komplain. Namun hanya nasabah tertentu saja yang dihubungi melalui media internet karena mengingat nasabah ada yang kurang mengerti



mengenai media internet. Kemudian dengan adanya *Customer Relationship Management* (CRM) ini akan mempercepat pertumbuhan nasabah dan bisnis akan semakin berkembang. Menurut pak Sabar Arifin mengungkapkan bahwa:

*“Yang kedua, juga mempercepat perkembangan bisnis yang biasanya nasabah yang mendatangi kita, tapi kita yang lebih sering lebih aktif, layanan informasi produk apa, menangani komplain dan sebagainya CRM memang seperti itu. Fitur-fitur memang dampaknya CRM ini yang banyak menyampaikan.”*

Fitur-fitur tersebut merupakan layanan secara umum, jadi pengemabangan produk-produk baru jadi satu bagian. Produk yang bagus tapi kita sampaikan ke nasabah atau ke masyarakat juga tidak bisa kita ketahui akhirnya.

Dalam menjalin hubungan dengan pelanggan itu membutuhkan proses dalam jangka panjang memerlukan investasi waktu. Baru kita akan dapatkan pertahanan pelanggan. Sedangkan menurut *Customer Service* (CS) pak Radika mengatakan bahwa:

*“mempertahankan customer untuk jangka panjang. Karena membangun relasi itu nggak bisa hanya satu hari dua hari saja. Misalnya saya kenal hari ini. Hari ini A apakah besok sudah pasti belum tentu 2 bulan 3 bulan lagi. Membangun bisnis dengan jangka panjang itu bertahap.”*wwcr. 12/12/2013. Radika.

Manfaat *Customer Relationship Management*(CRM), menurut Kusuma (2010: 1) ada empat manfaat utama dari CRM system yang dapat membantu perusahaan dan membuat sebagian besar dari kontak mereka saat ini. Sebab tanpa pelanggan maka tidak ada bisnis dan CRM system dirancang untuk memungkinkan perusahaan untuk memiliki hubungan

yang lebih efektif dengan klien bisnis dan pelanggan. Berikut ini adalah empat manfaat atas menggunakan sistem CRM.

- a. *Improve customer satisfaction* / Meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. *Share customer information more easily* / Berbagi informasi.
- c. *Increase sales by up selling and cross selling other products.*
- d. *Identify most profitable and unprofitable customer* / Mengidentifikasi pelanggan yang paling menguntungkan dan pelanggan yang tidak menguntungkan. (Kanaidi, dkk, 2011: 27)

Dengan adanya persaingan yang ketat ini seharusnya Bank harus lebih berupaya untuk mengoptimalkan program CRM. Namun, program CRM di Bank Muamalat Indonesia cabang Malang masih belum efektif maka hal ini akan berdampak pada pertumbuhan nasabah pada Bank Muamalat Indonesia cabang Malang yang semakin menurun. Hal ini ditunjukkan oleh tabel berikut ini.

**Tabel 4.1 Pertumbuhan Data Nasabah Tahunan**

Tahun	Kenaikan (%)	Tambahan Customer
2011	14,04%	9.113
2012	9,59%	7.017
2013	6,91%	5.488

**Sumber** : Bank Muamalat Indonesia Cabang Malang 2011-2013 (diolah)

Dari tabel tersebut jelas bahwa pertumbuhan nasabah semakin menurun. Hal ini menunjukkan kalau pertumbuhan dan perkembangan



bank kepada nasabah kurang membaik. Berdasarkan tabel diatas bahwa, jumlah kenaikan nasabah pada 2011 mencapai 14,04 % dengan jumlah penambahan customer 9.113. kemudian di 2012 kenaikan mencapai 9,59% dengan jumlah tambahan customer 7.017. Dan tahun 2013 kenaikan yang telah dicapai 6,91% dengan jumlah penambahan customer 5.488. Jadi, perkiraan tersebut merupakan angka kenaikan dan tambahan nasabah yang semakin menurun. Kondisi seperti ini seharusnya Bank Muamalat Indonesia cabang Malang harus lebih mengoptimalkan program CRM ini.

### **1.2.2. Pembahasan Data Hasil Penelitian**

#### **1.2.2.1. People**

Menurut Anton, dkk (2002:20) serta Kalakota, dkk (2001: 33) Manusia (*people*), dalam hal ini adalah karyawan sebagai pelaksana *Customer Relationship Management* (CRM).

Manusia atau karyawan sebagai pelaksana CRM. Perusahaan atau Bank Muamalat Indonesia cabang Malang memberikan training kepada seluruh karyawannya sebagai pengembangan SDMnya. Terutama pada karyawan baru. Sebagai bentuk pelaksanaan program CRM di Bank Muamalat Indonesia cabang Malang.

Training yang dilakukan oleh Bank Muamalat Indonesia cabang Malang meliputi materi tentang *basic Syari'ah* dan *knowledge product* yang diberikan pemateri dari kantor pusat.

Didalam dimensi manusia, faktor kunci yang harus diperhatikan adalah seperti antusiasme, kemampuan dan keramahan. Anton, dkk (2002:20) serta Kalakota, dkk (2001: 33).

Dimensi yang pertama yaitu antusias, Bank Muamalat Indonesia cabang Malang selalu berantusias dalam menghuungi pelanggannya. Dengan melalui beberapa media. Seperti SMS, telepon dan email. Antusias mereka dalam menghubungi pelanggan dengan memberikan beberapa informasi. misalnya informasi mengenai tanggal pembayaran kepada para kreditur, informasi tentang produk baru Bank Muamalat Indonesia cabang Malang.

Tidak hanya hal itu saja bentuk rasa antusiasme pegawai atau karyawan Bank Muamalat Indonesia cabang Malang, bahkan hanya sekedar menyapa mereka sampaikan melalui telepon atau SMS. Hal ini merupakan bentuk dari rasa antusiasme pegawai atau karyawan sebagai pelaksana program CRM yang merupakan peran dari dimensi manusia.

Yang kedua didalam dimensi manusia sebagai pelaksana CRM menurut Kanaidi (2011:25) yaitu kemampuan. Kemampuan yang harus dimiliki oleh karyawan Bank Muamalat Indonesia cabang Malang. Bisa dilihat melalui beberapa hasil test. Seperti misalnya, tes yang dilakukan untuk mengetahui kemampuan pegawai atau karyawan yaitu test wawancara dan juga soal test nya melalui *online* untuk mengetahui kemampuan informasi yang dimiliki pegawai atau karyawan dan juga

untuk mengetahui kualitas mental. Dan juga kemampuan mengenai *basic finance* dan *basic syari'ah*. Basic syari'ah seperti Bank Muamalat Indonesia cabang Malang senantiasa breaving pagi dan sore hari, doa untuk mengawali aktivitas dan doa untuk mengakhiri aktivitas sehari-hari selain itu juga ada pengajian rutin yang di lakukan oleh seluruh karyawan Bank Muamalat Indonesia cabang Malang.

Faktor kemampuan didalam dimensi manusia merupakan salah satu peran terpenting yang harus dimiliki oleh karyawan atau pegawai. Seperti halnya, kemampuan karyawan dalam berkomunikasi misalnya, kemampuan pegawai dalam menyampaikan pesan, dalam memberikan solusi ketika pelanggan terdapat masalah. Kemampuan karyawan dalam menjalin hubungan dengan pelanggan, kemampuan dalam menggali data pelanggan dan kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan mengenai informasi produk Bank Muamalat Indonesia cabang Malang. Hal ini merupakan bentuk dari kemampuan yang harus dimiliki oleh karyawan atau pegawai.

Yang ketiga didalam dimensi manusia sebagai pelaksana CRM menurut Kanaidi (2011:25) yaitu faktor keramahan. Keramahan yang harus dimiliki oleh karyawan Bank Muamalat Indonesia cabang Malang.

Jadi tidak hanya dari segi kemampuan saja. Tetapi juga sifat keramahan terhadap pelanggan, performance yang baik pada saat melayani dan mengarahkan pelanggan dengan baik. Tersenyum pada saat

berhadapan secara langsung dengan pelanggan dan membantu pelanggan dalam bertransaksi.

#### **1.2.2.2. Teknologi**

Menurut Anton, dkk (2002:20) serta Kalakota, dkk (2001: 33) teknologi diperkenalkan untuk lebih membantu mempercepat dan mengoptimalkan faktor manusia dan proses bisnis dalam aktivitas pengelola kerelasiaan dengan pelanggan sehari-hari. Teknologi untuk metodologi, strategi, perangkat lunak (*software*) dan atau aplikasi yang mampu membantu sebuah perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan pelanggan.

Menurut hasil dari paparan data diatas teknologi ini sangat berperan dalam menjalin relasi dengan pelanggan. Karena pelanggan lebih dimudahkan dan mempercepat dalam bertransaksi. Seperti dengan adanya internet banking mereka bisa mengecek saldo mereka bahkan nasabah dapat bertransaksi melalui online.

Kemudian Bank Muamalat Indonesia cabang Malang juga melayani dengan melalui layanan antar jemput. Layani ini sebagai pemberian prioritas utama kepada korporasi. Dengan adanya layanan tersebut tidak sedikit nasabah atau pelanggan Bank Muamalat Indonesia cabang Malang dapat berkurang beban transportasi. Tidak harus ke kantor Bank Muamalat Indonesia cabang Malang mereka sudah bisa bertransaksi.

Hamidin (2008: 32) *dalam* Kanaidi (2011: 26) yang mengatakan bahwa, CRM adalah usaha sebuah perusahaan untuk berkonsentrasi menjaga pelanggan (supaya tidak lari ke pesaing) dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi pelanggan baik itu lewat telepon, email, masukan di situs atau hasil pembicaraan dengan staf sales dan marketing.

Pernyataan itu sesuai dengan hasil dari paparan data diatas. Bahwa Bank Muamalat Indonesia cabang Malang telah menghubungi pelanggannya melalui media SMS, telepon dan email. Informasi melalui media tersebut disampaikan. Karena mengingat hal itu nasabah Bank Muamalat Indonesia tidak sedikit Bank Muamalat Indonesia cabang Malang menggunakan sistem komputerisasi yang dapat secara otomatis memberikan informasi kepada pelanggannya.

Kemudian teknologi yang dimiliki oleh Bank Muamalat Indonesia cabang Malang yang tidak kalah penting dari teknologi yang telah ada pada perusahaan lain yaitu layanan Shar'e Gold. Layanan ini mampu mengakses diseluruh Indonesia. Dan juga shar'e gold ini dapat dimiliki oleh perorangan maupun korporasi.

Menurut Anton, dkk (2002:20) serta Kalakota, dkk (2001: 33) teknologi diperkenalkan untuk lebih membantu mempercepat dan mengoptimalkan faktor manusia dan proses bisnis dalam aktivitas pengelola kerelasian dengan pelanggan sehari-hari. Teknologi untuk metodologi, strategi, perangkat lunak (*software*) dan atau aplikasi yang

mampu membantu sebuah perusahaan untuk mengelola hubungannya dengan pelanggan.

Menurut hasil dari paparan data diatas teknologi ini sangat berperan dalam menjalin relasi dengan pelanggan. Karena pelanggan lebih dimudahkan dan mempercepat dalam bertransaksi. Seperti dengan adanya internet banking mereka bisa mengecek saldo mereka bahkan nasabah dapat bertransaksi melalui online.

Kemudian Bank Muamalat Indonesia cabang Malang juga melayani dengan melalui layanan antar jemput. Layani ini sebagai pemberian prioritas utama kepada korporasi. Dengan adanya layanan tersebut tidak sedikit nasabah atau pelanggan Bank Muamalat Indonesia cabang Malang dapat berkurang beban transportasi. Tidak harus ke kantor Bank Muamalat Indonesia cabang Malang mereka sudah bisa bertransaksi.

Hamidin (2008: 32) *dalam* Kanaidi (2011: 26) yang mengatakan bahwa, CRM adalah usaha sebuah perusahaan untuk berkonsentrasi menjaga pelanggan (supaya tidak lari ke pesaing) dengan mengumpulkan segala bentuk interaksi pelanggan baik itu lewat telepon, email, masukan di situs atau hasil pembicaraan dengan staf sales dan marketing.

Pernyataan itu sesuai dengan hasil dari paparan data diatas. Bahwa Bank Muamalat Indonesia cabang Malang telah menghubungi pelanggannya melalui media SMS, telepon dan email. Informasi melalui media tersebut disampaikan. Karena mengingat hal itu nasabah Bank

Muamalat Indonesia tidak sedikit Bank Muamalat Indonesia cabang Malang menggunakan sistem komputerisasi yang dapat secara otomatis memberikan informasi kepada pelanggannya.

Kemudian teknologi yang dimiliki oleh Bank Muamalat Indonesia cabang Malang yang tidak kalah penting dari teknologi yang telah ada pada perusahaan lain yaitu layanan Shar'e Gold. Layanan ini mampu mengakses diseluruh Indonesia. Dan juga shar'e gold ini dapat dimiliki oleh perorangan maupun korporasi.

#### **1.2.2.3. Konsep *Customer Relationship Management* (CRM)**

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan *Relationship Manager* (RM), *Customer Service* (CS) dan beberapa nasabah implementasi CRM pada Bank Muamalat Indonesia cabang Malang adalah dengan membangun berbagai kegiatan. Kegiatan tersebut dalam hal ini adalah kegiatan yang berhubungan langsung maupun kegiatan yang tidak berhubungan secara langsung dengan nasabah akan tetapi memiliki dampak yang besar terhadap nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Malang. Adapun penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) pada Bank Muamalat Indonesia cabang Malang adalah sebagai berikut:

##### **1. People**

Yaitu sumber daya manusia atau karyawan sebagai pelaksana dalam melayani nasabah. Karyawan baru diberi training selama satu minggu materi *knowladge product, basic syari'ah intermediet, basic finance*

dan kemampuan sifat kualitas mental. Untuk karyawan lama juga ada training satu kali atau dua kali selama satu bulan.

Staf atau pegawai yang ramah dalam melayani pelanggan, responsif terhadap keluhan dan saran pelanggan, empati, antusiasme terkait dengan persoalan nasabah, *Customer Service* (CS) Bank Muamalat Indonesia cabang Malang menghubungi para nasabah dan manajer kreditur menghubungi para kreditur melalui telepon, SMS dan email.

## 2. Technology

Yaitu sistem operasional Bank Muamalat Indonesia cabang Malang dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sehingga para nasabah lebih mudah mengakses berbagai bentuk informasi. Menyediakan internet banking, layanan antar jemput, layanan ATM Shar'e Gold atau kartu akses seluruh dunia, SMS Goal Card. Kemudian berkat kemajuan teknologi dan komunikasi bank menghubungi para nasabahnya melalui email, SMS dan telepon.